

Фукалова Анастасия Олеговна,

бакалавр 4-го курса

Уральского гуманитарного института

Уральского федерального университета

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК ПОСРЕДНИК В КОММУНИКАЦИИ ПАРТИЙ И ЭЛЕКТОРАТА

Аннотация. Быстро развивающиеся технологии и набирающий обороты переход информации из телевидения, радио, печати в сеть Интернет подталкивают перемещение компаний, объединений и, конечно же, политической жизни в глобальную мировую сеть. Многие партии на выборах активно используют возможности социальных сетей, однако ни оппозиционные ни правящая партия не имеют большой поддержки в социальных сетях. Социальные сети играют большую роль в политическом процессе, и это можно было наблюдать на примере Великобритании. В России коммуникация партий с электората в сети Интернет во многом формируется и осваивает новые площадки.

Ключевые слова: социальные сети, политические партии, политический процесс, интернет, политическая агитация, коммуникация.

Fukalova Anastasia,

4th year bachelor programme student

Ural Humanitarian Institute

Ural Federal University

SOCIAL NETWORKS AS CONSTRUCTIONS IN THE COMMUNICATIONS OF PARTIES AND ELECTORATE

Abstract. Rapidly Developing Technologies and the growing transmission of information from television, radio, the press to the Internet, encouraging the movement of companies, associations and, of course, political life in the global network. Many parties actively use social media in elections, but neither the opposition party nor the ruling party has much support in social media. Social media play a major role in the political process and this has

been observed, as in the case of Great Britain. In Russia the communication of parties from the electorate in the Internet in many ways forms and master new sites.

Keywords: social media, political parties, political process, Internet, political agitation, communication.

Социальные сети — это международная площадка позволяющая транслировать информацию, коммуницировать из любого уголка земли на всех языках в разнообразном исполнении за максимально короткое время. Они позволяют объединить людей, имеющих общие взгляды со всего земного шара, подобный способ коммуникации вывел общение на новый уровень и плотно вошел в нашу жизнь. Однако коммуникация в Интернете меняет отношение граждан к политическим институтам и привычным способам получения информации.

В современном политическом процессе социальные сети давно помогают вовлечь аудиторию в курс политической действительности, осветить проблему с различных сторон, сформировать мировоззренческую позицию и т. д. В свою очередь, политические лидеры и партии прибегают к помощи социальных сетей в большинстве случаев в период политической гонки, тогда как информационная работа с избирателями должна вестись постоянно [1]. Большого внимания заслуживает молодое поколение, не имеющее право голосовать, но уже в следующие выборы именно они смогут отдать свой голос за известную партию или кандидата.

Нами были проанализированы страницы в социальных сетях российских парламентских политических партий. Они публикуют свою агитацию, однако она имеет информационный характер и мало привлекает аудиторию в политический процесс, такая работа партий в социальных сетях играет больше роль замещения или альтернативы другим информационным источникам. Сообщества партий в социальных сетях не ведут коммуникации с населением, ярче всего это проявляется в полном игнорировании вопросов и комментариев в группах Единой России.

В социальных сетях мы видим сильное давление на институты власти благодаря открытости диалога, тогда как, с другой стороны, это позволяет выйти на новый уровень коммуникации с электоратом

[2]. Возможность вести диалог по любой волнующей население теме в режиме реального времени, поддерживать контакт с аудиторией и оценивать ее настроения [3].

Социальные сети стали неотъемлемой частью нашей жизни, и коммуникация через социальные сети может помочь партиям в их борьбе за голоса электората. Помочь анализировать настроения пользователей и «подстраиваться» под них, для привлечения большего числа граждан в партию, для налаживания коммуникации внутри партии, и идти в ногу со временем [4]. Работа с электоратом в социальных сетях должна стать неотъемлемой частью политической партии в XXI веке, так как все большее количество людей как молодых, так и старшего возраста отдают предпочтение коммуникации в социальных сетях как наиболее быстрому, дешевому и удобному способу обмена информацией.

Литература

1. Жидков А. В. Социальные сети как фактор изменений в политической сфере общественной жизни (на примере Великобритании) // Общество: политика, экономика, право. — 2018. — № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-seti-kak-faktor-izmeneniy-v-politicheskoy-sfere-obschestvennoy-zhizni-na-primere-velikobritanii> (дата обращения: 15.02.2020).

2. Таницура М. С., Гриценко Р. А., Прокопчук Д. Д. Сравнительный анализ использования интернет-технологий для политической агитации в России в избирательных циклах 2011 и 2016 гг. // Общество: политика, экономика, право. — 2018. — № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-ispolzovaniya-internet-tehnologiy-dlya-politicheskoy-agitatsii-v-rossii-v-izbiratelnyh-tsiklah-2011-i-2016-gg> (дата обращения: 16.02.2020).

3. Бабенков В. М., Жукова О. В. Политическая партия как субъект агитации в сети Интернет // Закон и право. — 2019. — № 11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/politicheskaya-partiya-kak-subekt-agitatsii-v-seti-internet> (дата обращения: 15.02.2020).

4. Беляков Н. С., Кургачева К. Д. Интернет-технологии в условиях современного политического процесса // Вестн. Москов. ун-та. — Серия 18. Социология и политология. — 2019. — № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/internet-tehnologii-v-usloviyah-sovremennogo-politicheskogo-protsessa> (дата обращения: 17.02.2020).